



# LEAD NURTURING

El secreto de un buen *nurturing*



# El secreto de un buen *nurturing*

Un **mal *nurturing*** consistiría en llenar las bandejas de entrada de nuestros clientes potenciales **sin preocuparnos de sus intereses.**



En cambio, un **buen *nurturing*** se caracteriza por **tener en cuenta sus gustos y alimentarlos con contenidos por múltiples vías.**



# El secreto de un buen *nurturing*

Nuestros leads **no requerirán el mismo tipo de contenido** en todas las fases del *nurturing*:

- Un ***lead* ligeramente interesado** requerirá **instrucción**:  
*Webinars, activos y whitepapers, libros electrónicos, demostraciones en línea, entradas de blog...*



# El secreto de un buen *nurturing*

- Un *lead* moderadamente interesado necesitará **datos centrados en su necesidad**:

*Whitepapers especializados, asistencia a presentaciones, demostraciones en directo...*



# El secreto de un buen *nurturing*

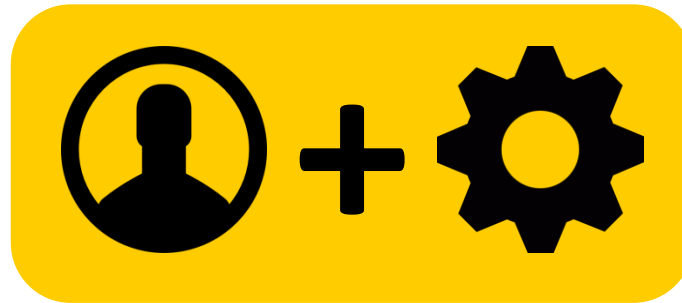
- Y un *lead* realmente interesado buscará respuestas a sus preguntas:

*Versiones de prueba sin coste, precios, dudas, tablas comparativas, casos de éxito...*



# El secreto de un buen *nurturing*

En conclusión, el *lead nurturing* es la **personalización** de nuestros clientes potenciales sumada a la **automatización** de nuestra llegada a ellos.



mrktic

**Buen marketing**

<http://mrktic.org>

